



UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN PABLO

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICO EMPRESARIALES Y
HUMANAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

TESIS

**“APLICACIÓN DEL MODELO DELTA EN UNA PYME DEL SECTOR TURISMO INMERSA EN
UN MERCADO COMODITIZADO Y DE ALTA COMPETENCIA PARA UN PERÍODO DE 3
AÑOS”**

PRESENTADA POR EL BACHILLER :

JOSE MANUEL ARROYO BELTRAN

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

ASESOR: PAÚL RODRÍGUEZ OCHOA

AREQUIPA, PERÚ

2019

RESUMEN

El Perú, gracias a su enorme riqueza geográfica, su gran biodiversidad, gastronomía y cultura se ha convertido en un destino turístico bastante cotizado en el mundo, lo cual ha llevado a que el mercado turístico sea un gran aporte a la economía del país. Sin embargo, el sector del turismo receptivo, mayorista y minorista, paralelamente a su crecimiento llegó a un punto de saturación debido a las pocas barreras de entrada y a la oferta de un servicio muy parecido y poco diferenciado entre sí, lo cual generó que se convierta en un mercado “*comoditizado*”.

Este problema ha generado que, en la ciudad de Puno, las condiciones del mercado dificulten muchas labores y proyectos de varias agencias de viajes (en su mayoría PYMES y empresas familiares), sumándose a las problemáticas sociales que disminuyeron el ritmo de visita por parte de turistas en los últimos años.

Por ese motivo, el objetivo de esta investigación fue implementar el Modelo Delta en un plan estratégico para una agencia de viajes de la ciudad de Puno, inmersa en la realidad de un mercado *comoditizado* para permitir que pueda adecuarse a las condiciones del mercado y sobresalir a través de su desempeño en éste.

Por un tema de confidencialidad, a pedido de la empresa, en el presente trabajo de investigación no se hará mención de sus datos de registro, nombres del personal u otra información y pasaremos a mencionarla como EOT (Empresa Operadora de Turismo) durante todo el desarrollo.

Los resultados permitieron a la empresa trazar nuevos objetivos, más ambiciosos y sobre todo analizar la empresa de acuerdo a las competencias y relaciones necesarias para elaborar un plan estratégico consistente y con propuestas innovadoras para desarrollar en un transcurso no mayor a tres años.